

# Содержание

## В номере:

### НОВОСТИ



4-5, 6, 8, 20, 58, 74

### СОБЫТИЯ

- 10** Премия «Золотой ключ-2016». Специальная номинация от журнала
- 82** «АВТОМАЛЯР- 2016»: финал
- 84** Московский международный форум «АВТОКОМПОНЕНТЫ 2016»

### АНАЛИТИКА

- 12** **Кризис как прачечная**  
В условиях растущей напряжённости на рынке особенно интересно отслеживать поведение не только компаний и холдингов, но целых сегментов рынка. Причём оценивать и в их словах, и в объективных цифрах

### АСА-ИНФО

- 22** **Жизнь после аварии: бизнес-детектив**

Пора ограничить производл автоюристов, полноценно включить в процесс урегулирования сервисные станции, оптимизировать загрузку. В плане социальной проблематики поле интересов и того шире. Это огромный пласт интересов, способный дать мощный толчок к цивилизации процесса, а с ним – страхового рынка и сообщества, поведенческой модели на уровне автовладельцев, общества в целом

- 24** **Дающие вторую жизнь**

Кто-то должен был решиться на такой непростой, но важный для рынка в целом шаг – на «оцифровку» в сегменте б/у запчастей и создание современных каталогов и систем торговли, в т. ч. он-лайн. Такого новатора мы нашли

### В ФОКУСЕ

- 32** **Взгляд со стороны**

Спикеры уделили много внимания тезису о «разумных» решениях. И особо акцентировали внимание на том, что логика и здравый смысл на уровне топ-менеджмента и собственника просто обязаны превалировать при оценке целесообразности и создании «дорожной карты» любых управленческих изменений



### Мнения экспертов:

- |                               |                           |
|-------------------------------|---------------------------|
| <b>34</b> Сергей Чернявский   | <b>38</b> Алина Окорокова |
| <b>35</b> Илья Кузнецов       | <b>38</b> Дарья Учеватова |
| <b>36</b> Олег Молотков       | <b>39</b> Алексей Щербак  |
| <b>37</b> Константин Палфинов | <b>40</b> Кирилл Яковлев  |

- 42** **Технологии, меняющие рынок**

### БИЗНЕС

- 44** **Учиться поздно! Пора действовать!**

Всем участникам рынка уже давно должно быть понятно, что эффективность тренинга оценивается не сиюминутным мнением участников о том, как прошло мероприятие. Оценка значительно более объективна после внедрения конкретных действий от тренинга

- 50** **Ориентация на результат**

В этой статье мы расставим все точки над «i» и покажем логику в решении дилеммы: что важнее – процесс или результат?

## 54 Как сделать конверсию звонков, не переплачивая?

На рынке встречаются предложения покупать лиды и звонки, не вникая в технологию их генерации. Некоторые компании такие предложения принимают и обращения покупателей начинают поступать. Маркетолог рапортует о достижении заявленного KPI, всё хорошо... кроме реальных продаж

### A-СЕГМЕНТ

## 56 Мнения дилеров о резервах в развитии продаж

### ТРЕНДЫ

## 60 Технологии крупным планом

Мировая премьера инновационной технологии Monosteel EnviroKool состоялась 28 июня в городе Аусбург (Германия), в ходе дней инноваций концерна

### ОТДЕЛ КАДРОВ

## 66 Забудьте понятие «колл-центр»

Пора принять тот факт, что отныне общение с клиентом – не набор двух опций, личной и телефонной бесед с «приправой» официальной бумажной переписки, но широкое поле коммуникаций очень разного рода

## 72 «И клиент доволен, и выручка увеличилась»

Квалификация мастеров-консультантов. Это важнейший фактор успеха всего предприятия, поскольку эти люди в конечном счёте определяют, сколько денег получит сервис, и будет ли клиент дальше обслуживаться здесь

### ОПЫТ



## 76 Место, создающее продажи

Прежде журнал рассказывал об «автосервисном муравейнике» - комплексе, возникшем на базе многоуровневого паркинга. Мы довольно долго искали другой пример, более интересный и соответствующий действительно цивилизованному рынку. И вот – нашли

## 80 Мастер-консультант: дар или профессия?

Прежде всего, давайте разберёмся, существует ли «победоносная» технология продаж для СТО, и как ею овладеть? Начнём с самого начала: кого брать на должность консультанта?

УПРАВЛЕНИЕ автобизнесом  
август-сентябрь, 2016  
www.manager-auto.org

Главный редактор  
Оксана Борисовна Демченко  
O.Demchenko@asa-auto.org

Редактор раздела «А-сегмент»  
Роман Акользин

Обозреватели:  
Марина Белоглядова  
Роман Акользин  
Евгений Горянский

Отдел рекламы:  
Андрей Войнов, руководитель отдела  
a.voinov@kuzov-media.ru

Артем Царенков  
a.tsarenkov@kuzov-media.ru

Эксперты журнала  
Александр Груздев, директор  
российского офиса маркетингового  
агентства GIPA agruzdev@gipa.eu  
Евгений Горянский, бизнес-тренер  
goryansky@egcoach.com  
Ольга Селезнева, собственник  
ТЦ «Волин»  
David Young, директор сети кузовных  
конференций IBIS

Корректор  
Олеся Позняк  
Дизайнер  
Ольга Давыдова

Учредитель:  
Некоммерческое партнёрство поддержки  
и развития автосервисов «Автомобильная  
Сервисная Ассоциация» (АСА).  
www.asa-auto.org  
Телефон/ факс: (495) 641-02-17

Издатель:  
ИД «Автомобильное время»

Руководитель:  
Марина Белоглядова  
m.beloglyadova@kuzov-media.ru

Адрес редакции:  
125059 Москва, ул. Киевская, д. 14, стр. 9

Распространение и подписка:  
Светлана Иголкина, тел: (495) 229-42-42,  
доб. 321  
is@kuzov-media.ru

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору  
в сфере связи, информационных технологий и массовых  
коммуникаций (Роскомнадзор).  
Свидетельство: ПИ № ФС 77 44411 от 25 марта 2011 г.

Перепечатка и использование материалов допускается только  
с письменного разрешения ИД «Кузов-Медиа».  
Редакция не несет ответственности за содержание реклам-  
ных материалов. Мнение редакции может не совпадать  
с мнением авторов.  
Рукописи рассматриваются, но не рецензируются и не воз-  
вращаются. Редакция вступает в переписку по своему  
усмотрению.

Отпечатано в типографии ООО «ДДД»  
г. Нижний Новгород.  
Тираж 11 000 экз.

Распространяется по всем регионам России  
по подписке и прямой адресной рассылкой  
руководителям автопредприятий.

Цена по подписке через редакцию 235 руб.  
В розницу и по партнерским программам –  
свободная.

Подписной индекс по каталогу «Роспечать» –  
83177